PREMIER RAPPORT DE LA

TABLE DE CONCERTATION
SUR LA QUALITÉ DE LA LANGUE DANS LES MÉDIAS

REMIS À
LA MINISTRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS,
MADAME LINE BEAUCHAMP

LE 10 DÉCEMBRE 2003

2008-03945/

PREMIER RAPPORT DE LA

TABLE DE CONCERTATION
SUR LA QUALITÉ DE LA LANGUE DANS LES MÉDIAS

REMIS À
LA MINISTRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS,
MADAME LINE BEAUCHAMP

LE 10 DÉCEMBRE 2003

Montréal, le 10 décembre 2003

Madame Line Beauchamp
Ministre de la Culture et des Communications
225, Grande Allée Est, 1er étage, bloc A
Québec (Québec) G1R 5G5

Madame la Ministre,

En mars 2003, le ministère de la Culture et des Communications et le Secrétariat à la politique linguistique proposaient aux associations de médias privés, aux médias publics, aux médias communautaires, à la Fédération professionnelle des journalistes du Québec et à Quebecor de constituer une Table de concertation sur la qualité de la langue dans les médias québécois. À titre de représentants de ces différents groupes, nous avons accepté l'invitation, puisque nous étions convaincus de l'influence qu'ont les médias sur l'épanouissement du français au Québec.

La popularité et l'influence des médias québécois leur confèrent certaines responsabilités sur le plan linguistique, compte tenu de l'environnement nord-américain qui caractérise notre marché. Or, d'entrée de jeu, nous tenons à préciser que la grande majorité des médias francophones du Québec souhaite, évidemment, diffuser une langue française de bonne tenue. On conviendra néanmoins que l'évolution récente de l'univers médiatique favorise moins qu'autrefois le peaufinage et la révision de la langue utilisée. Aussi sommes-nous rapidement tombés d'accord sur la nécessité de discuter ensemble des besoins, des priorités, des expériences et des difficultés entourant la question de la langue dans nos médias.

Le mandat que nous nous sommes fixé vise essentiellement à explorer les pistes qui profiteraient aux médias souhaitant promouvoir un français de qualité et à déterminer les meilleures mesures à prendre, dont certaines pourraient, en partie, être soutenues par l'État. Nous souhaitons que notre champ d'intervention soit le plus large possible et couvre les médias de langue française dans leur ensemble. Des priorités ont toutefois été établies et nos discussions n'ont, par exemple, pas encore porté sur les sites Internet des médias, même si la question de la qualité de la langue y est essentielle. De même, nous aurions souhaité accueillir des représentants du milieu de la publicité mais, à ce stade-ci de notre démarche, cette étape reste à faire.

Vous trouverez, dans les pages qui suivent, les mesures qu'il nous semble important de voir se concrétiser rapidement si l'on souhaite faciliter la tâche aux médias qui voudraient participer davantage à la valorisation d'un français de qualité. La réflexion qui soutient cette proposition est le fruit de plusieurs rencontres et elle s'est appuyée sur différents travaux dont, en particulier, un sondage du Centre d'études sur les médias effectué le printemps dernier auprès d'environ quatre-vingts médias québécois.

Nous avons d'abord l'intention d'écrire aux recteurs des universités francophones du Québec ainsi qu'au directeur général du Cégep de Jonquière, dans le but de les sensibiliser à la nécessité de renforcer l'enseignement du français oral et écrit dans les programmes de journalisme et de communication. Une copie de ce rapport accompagnera notre envoi.

Par ailleurs, nous diffuserons également ce rapport dans le milieu des médias francophones, ainsi qu'auprès des syndicats regroupant le personnel de ces médias (incluant l'Union des artistes) et auprès de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, toujours dans un but de sensibilisation à l'importance de privilégier une langue de qualité dans les radios, télévisions, journaux et magazines du Québec.

La constitution d'une Table de concertation sur la qualité de la langue dans les médias et ce premier rapport représentent un pas en faveur d'une plus grande concertation entre les médias québécois en matière de qualité du français. Dans cette foulée, il reste d'autres avenues à explorer, tout aussi nécessaires, pour favoriser l'amélioration de la qualité de la langue des médias : les distinctions à faire entre la langue parlée et la langue écrite, la qualité de la langue de la publicité et celle du sous-titrage pour malentendants, la création d'un véritable réseau de concertation sur les bons usages de la langue, etc. Nous poursuivrons nos travaux dans ce sens.

Nous espérons que le ministère de la Culture et des Communications, le Secrétariat à la politique linguistique et l'Office québécois de la langue française pourront assurer le

suivi du présent rapport et qu'ils nous tiendront au courant des développements. Nous souhaitons, en effet, que cette démarche ait des suites. Vous avez, à cet égard, l'assurance de notre entière collaboration. Nous sommes d'ailleurs à votre disposition pour toute rencontre que vous souhaiteriez avoir avec nous.

Nous espérons, madame la Ministre, que nos travaux contribueront au renforcement de la langue française au Québec et nous vous prions d'agréer l'expression de nos sentiments respectueux.

Michel Arpin, président de la Table
Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française

Jean-Claude Labrecque
Société Radio-Canada

Paule Beaugrand-Champagne
Société de télédiffusion du Québec

Nancy Leggett-Bachand
Les Hebdos du Québec

Jean-Claude L'Abbée
Journal de Québec (Quebecor)

Philippe-Denis Richard
Association des quotidiens du Québec

François Gauthier
Représentant des médias communautaires

Paul Roux
Fédération professionnelle des journalistes du Québec

Robert Goyette
Association québécoise des éditeurs de magazines

Table des matières

1. **La problématique générale** 5

2. **La sensibilisation des gestionnaires et du personnel des médias à l'importance de leur rôle en matière de langue** 7

3. **La formation des futurs journalistes et communicateurs** 8

4. **Le perfectionnement en milieu de travail** 9

5. **Les outils de travail** 10

6. **Rappel des neuf mesures proposées** 12

Bibliographie 13

1. La problématique générale[1]

Une évolution récente qui influence la langue utilisée par les médias

L'exercice des professions liées à la communication a considérablement évolué au cours des dernières années, principalement en raison de modifications structurelles survenues dans l'industrie et du développement de nouvelles technologies. D'autres facteurs ont également pu influencer la qualité de la langue diffusée par les médias.

- Dans les quotidiens, les nouveaux logiciels de mise en page électronique font en sorte que les secrétaires de rédaction et leurs adjoints réalisent désormais eux-mêmes le montage du journal, ce qui leur laisse moins de temps pour relire les textes et les corriger.

- Dans les médias électroniques, les difficultés financières des années 1980 et 1990 ont entraîné la disparition de postes (formateurs, réviseurs, personnel d'encadrement) qui n'ont pas été comblés depuis.

- En l'absence de réviseurs à la radio et à la télévision, la responsabilité en matière linguistique est laissée entre les mains des individus plutôt que de l'entreprise, ce qui entraîne une qualité inégale du français diffusé. De même, la progression de l'animation et des reportages en direct oblige les animateurs et les journalistes à ne compter que sur leurs propres ressources et connaissances.

- Dans le cas des communicateurs dont l'apprentissage de base du français est jugé insuffisant, le rattrapage à faire est souvent trop grand pour que les médias puissent le combler.

- Enfin, on ne peut nier l'influence, sur la qualité de la langue, de l'embauche, très populaire, de vedettes et d'humoristes comme animateurs.

Des conditions différentes selon les médias

Chaque type de média a ses caractéristiques propres qui peuvent conditionner le soin porté à la langue. Signalons, en particulier, les différences d'impératifs entre médias publics et médias privés, les différences d'échéances entre médias quotidiens, médias hebdomadaires et médias mensuels et les différences de ressources entre médias nationaux et médias locaux ou régionaux. Les médias communautaires, pour leur part, se caractérisent du fait que leur personnel, constitué de bénévoles et d'occasionnels, fait l'objet d'un roulement constant.

Des initiatives qui visent à assurer une langue de qualité dans les médias

Plusieurs initiatives témoignent de l'importance accordée par de nombreux médias à la qualité du français qu'ils diffusent.

L'une des plus récentes consiste en la création du Groupe de travail sur la qualité de la langue à la Société Radio-Canada. Ce groupe de travail, constitué avant la formation de la Table de

[1] Les sources qui ont servi à documenter le texte de ce rapport sont citées en bibliographie.

concertation, a rendu public, au printemps 2003, un rapport qui a été suivi d'un plan d'action dont les mesures régissent la radio et la télévision française de Radio-Canada ainsi que le site Internet de la Société. Parmi les mesures prévues, notons : l'embauche de nouveaux conseillers linguistiques permanents, l'insertion d'outils linguistiques dans le réseau intranet, la nomination de responsables de la qualité de la langue parmi le personnel, la création de nouveaux outils de formation ainsi que l'extension des tests de français, déjà obligatoires lors de l'embauche de journalistes, aux postes d'animateurs et de chroniqueurs.

L'Association québécoise des éditeurs de magazines a également développé un plan d'action visant à valoriser une langue française de qualité dans les magazines québécois.

À Télé-Québec, où existe une politique linguistique depuis 1998, les exigences de qualité de la langue sont imposées par les responsables de la programmation et transmises aux producteurs indépendants, le cas échéant, en particulier lorsqu'il s'agit d'émissions destinées aux jeunes.

Astral Radio a réuni, en août dernier, tous ses animateurs, réalisateurs et responsables de la programmation pour des séances de formation, où la qualité de la langue a fait l'objet, par la haute direction, d'un rappel de la responsabilité de chacun des animateurs.

Plus globalement, signalons que la plupart des médias imposent des exigences linguistiques dès l'embauche de leur personnel, en particulier lorsqu'il s'agit de journalistes. De même, la plupart des médias mettent des dictionnaires, des grammaires et même des logiciels de correction et d'aide à la rédaction à la disposition de leurs employés, mais les outils spécialisés restent rares. Quelques-uns offrent un service de révision linguistique.

Mentionnons aussi qu'à l'occasion, certains médias proposent, à leurs lecteurs ou à leur auditoire, des concours et des jeux visant soit à leur permettre d'approfondir le sens des mots et la richesse du vocabulaire, soit à maintenir leur vigilance face à un français bien orthographié ou bien parlé.

Enfin, quelques prix soulignent expressément la qualité de la langue journalistique : les quatre prix pour la qualité du français décernés par Les Hebdos du Québec dans le cadre des Grands Prix des Hebdos; le Prix Judith-Jasmin, dont l'un des critères est la qualité de l'écriture, attribué par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) en partenariat avec la Fondation Sélection du Reader's Digest; le Prix Jules-Fournier attribué par le Conseil supérieur de la langue française pour souligner l'excellence du français dans la presse écrite; le Prix Raymond-Charette attribué par le Conseil supérieur de la langue française à un journaliste de la presse électronique québécoise pour sa contribution exemplaire à la diffusion d'un français de qualité.

Une question qui préoccupe les Québécois

Y a-t-il eu amélioration ou détérioration de la qualité de la langue dans nos médias? Les études traitant de cette question portent presque exclusivement sur les quotidiens ou mensuels écrits. Lorsque deux époques sont comparées, elles concluent généralement à une « amélioration » ou à une « certaine amélioration » de la qualité de la langue écrite. Plus encore, il semblerait qu'en termes de qualité linguistique, médias écrits québécois et français soient comparables. Le diagnostic est plus difficile à poser dans le cas des médias électroniques, mais la langue de

la radio et de la télévision québécoise n'en fait pas moins l'objet de critiques parfois sévères… tout comme celle de la radio et de la télévision en France!

Chose certaine, la qualité de la langue diffusée par les médias préoccupe les Québécois. Un sondage mené par l'Office [québécois] de la langue française en 1998 révèle que les francophones du Québec se partagent également entre ceux qui croient que, depuis quelques années, la langue de leur télévision s'est améliorée, et ceux qui croient qu'elle s'est détériorée; une personne sur trois estime que la qualité de la langue s'est améliorée à la radio alors que près de 40 % des personnes interrogées jugent qu'elle s'est dégradée; dans le cas des journaux, 80 % des répondants pensent que la situation est demeurée la même ou s'est améliorée.

Quel que soit le diagnostic à poser, on s'entend généralement pour dire, y compris au sein des médias, qu'il y a toujours moyen d'améliorer les choses.

Les faiblesses constatées

Diverses rencontres, un sondage effectué en avril 2003 auprès des médias québécois de même que les différentes expériences professionnelles des membres de la Table permettent de constater que les principales faiblesses, relativement à la qualité de la langue dans les médias, ont trait :

- à la sensibilisation des gestionnaires et du personnel des médias à l'importance du rôle de leur entreprise en matière de promotion de la langue française au Québec;
- à la formation linguistique de base des futurs journalistes et communicateurs;
- au perfectionnement linguistique en milieu de travail;
- et aux outils linguistiques disponibles en milieu de travail.

2. La sensibilisation des gestionnaires et du personnel des médias à l'importance de leur rôle en matière de langue

Bon an, mal an, les Québécois francophones consacrent en moyenne, chaque semaine, plus de vingt-deux heures à l'écoute de la radio et plus de vingt-quatre heures à l'écoute de la télévision[2]. Par ailleurs, près de trois Québécois sur quatre disent lire régulièrement des quotidiens, près des deux tiers, des hebdomadaires et plus de la moitié, des magazines[3]. Les médias font donc étroitement partie de la vie quotidienne et la langue qu'ils utilisent influence forcément l'usage qui en est fait par la population.

La langue des médias est régulièrement l'objet de critiques. À la décharge des médias, on peut invoquer les conditions générales de travail qui laissent peu de temps pour parfaire la langue, le fait qu'au Québec tous ne s'entendent pas sur le français standard à privilégier, tant pour la communication orale que pour l'écrit, et aussi, bien sûr, le droit à l'erreur – il ne s'agit pas d'exiger la perfection de la part des journalistes et animateurs!

[2] Sondages BBM, automne 2002.
[3] Ministère de la Culture et des Communications du Québec. *Les pratiques culturelles des Québécoises et des Québécois, 1999*, octobre 2001.

Mais il ne s'agit pas non plus d'excuser, et encore moins d'encourager, la pauvreté de vocabulaire, les fautes d'orthographe, de syntaxe et de ponctuation, la confusion de registre, la mauvaise articulation, l'usage d'anglicismes de mauvais aloi ou les problèmes de cohésion textuelle, qui sont les lacunes les plus souvent observées par les chercheurs qui se sont penchés sur la langue des médias québécois.

La sensibilisation constitue donc une première étape indispensable pour motiver les gestionnaires de médias et leur personnel à se préoccuper davantage de la qualité du français qu'ils diffusent, à prendre les moyens nécessaires pour améliorer les compétences linguistiques au sein de leur entreprise et, même, à se faire les promoteurs d'un français de qualité.

Mesures proposées

Les membres de la Table de concertation sensibiliseront les artisans des médias francophones du Québec à l'importance de diffuser une langue de qualité dans leurs médias, notamment :

- en incitant les associations et les syndicats qui organisent congrès, conférences, colloques et ateliers pour leurs membres à inviter l'Office québécois de la langue française, par exemple, pour que celui-ci aborde le thème de la qualité de la langue française parlée et écrite au Québec et fasse valoir ses services;

- en entreprenant certaines démarches de sensibilisation auprès de regroupements professionnels connexes aux médias, comme l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et l'Union des artistes;

- en transmettant le présent rapport aux principaux gestionnaires des médias francophones du Québec ainsi qu'aux directions des centrales syndicales qui regroupent les artisans des médias (incluant l'Union des artistes) et à l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec.

3. La formation des futurs journalistes et communicateurs

Un constat ressort à la fois des rencontres effectuées pour le compte de la Table de concertation et du sondage réalisé auprès des médias : la maîtrise de la langue française semble plus problématique chez les jeunes journalistes et communicateurs. La question inquiète d'autant plus que, avec le départ à la retraite du personnel plus expérimenté, la transmission du savoir et des compétences linguistiques en milieu de travail deviendra plus ardue.

La formation universitaire est notamment en cause. Un examen des vingt-trois diplômes de premier cycle offerts par les universités francophones du Québec à l'intention de futurs journalistes, rédacteurs, chroniqueurs, etc. démontre que, dans la très grande majorité des cas, on n'exige aucune compétence linguistique particulière pour être admis dans ces programmes,

sinon celle qui s'applique à l'ensemble des programmes universitaires. De plus, on constate que si la plupart des programmes incluent des cours (parfois obligatoires, parfois optionnels) destinés à améliorer la maîtrise du français écrit, bien peu s'attardent à la communication orale.

En ce qui concerne les études collégiales, le Cégep de Jonquière est le responsable exclusif de l'enseignement des communications médiatiques. Son programme « Art et technologie des médias » (Techniques de communication dans les médias et Techniques de production télévisuelle et de postproduction) vient d'être entièrement refondu et l'occasion semble bonne d'y accentuer la composante linguistique écrite et orale.

La maîtrise de la langue française, en effet, devrait être indispensable aux futurs journalistes et communicateurs. La plupart des médias ont d'ailleurs un processus d'embauche où la qualité du français des candidats journalistes ou animateurs est vérifiée. En outre, un peu plus du tiers des médias sondés compte resserrer ses critères linguistiques de sélection à l'embauche, au cours de la prochaine année.

À titre d'employeurs, les médias devraient faire des pressions auprès des universités et des cégeps qui dispensent des cours en journalisme et en communication pour que ces institutions améliorent sensiblement les compétences linguistiques de leurs futurs diplômés par l'entremise d'une formation adéquate.

Mesures proposées :

La Table de concertation s'adressera, dans un premier temps, aux recteurs des universités francophones du Québec ainsi qu'à la direction du Cégep de Jonquière pour les sensibiliser à la nécessité d'offrir une solide formation linguistique, tant à l'oral qu'à l'écrit, aux futurs journalistes et communicateurs francophones.

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de sensibiliser son collègue du ministère de l'Éducation à la nécessité que les collèges et universités du Québec incluent, dans la politique linguistique dont ils doivent se doter d'ici le 1er octobre 2004 en vertu de l'article 88.1 de la Charte de la langue française, une intention ferme d'accentuer la formation en français écrit et en communication orale des futurs journalistes et communicateurs.

4. Le perfectionnement en milieu de travail

En milieu de travail, les journalistes expriment de nombreux besoins en formation mais ceux-ci portent rarement sur l'amélioration de la maîtrise de la langue française. Face à une demande faible, la Fédération professionnelle des journalistes ne propose donc qu'exceptionnellement des cours de français. Quant aux employeurs, aux prises avec des

Mais il ne s'agit pas non plus d'excuser, et encore moins d'encourager, la pauvreté de vocabulaire, les fautes d'orthographe, de syntaxe et de ponctuation, la confusion de registre, la mauvaise articulation, l'usage d'anglicismes de mauvais aloi ou les problèmes de cohésion textuelle, qui sont les lacunes les plus souvent observées par les chercheurs qui se sont penchés sur la langue des médias québécois.

La sensibilisation constitue donc une première étape indispensable pour motiver les gestionnaires de médias et leur personnel à se préoccuper davantage de la qualité du français qu'ils diffusent, à prendre les moyens nécessaires pour améliorer les compétences linguistiques au sein de leur entreprise et, même, à se faire les promoteurs d'un français de qualité.

Mesures proposées :

Les membres de la Table de concertation sensibiliseront les artisans des médias francophones du Québec à l'importance de diffuser une langue de qualité dans leurs médias, notamment :

- en incitant les associations et les syndicats qui organisent congrès, conférences, colloques et ateliers pour leurs membres à inviter l'Office québécois de la langue française, par exemple, pour que celui-ci aborde le thème de la qualité de la langue française parlée et écrite au Québec et fasse valoir ses services;

- en entreprenant certaines démarches de sensibilisation auprès de regroupements professionnels connexes aux médias, comme l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et l'Union des artistes;

- en transmettant le présent rapport aux principaux gestionnaires des médias francophones du Québec ainsi qu'aux directions des centrales syndicales qui regroupent les artisans des médias (incluant l'Union des artistes) et à l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec.

3. La formation des futurs journalistes et communicateurs

Un constat ressort à la fois des rencontres effectuées pour le compte de la Table de concertation et du sondage réalisé auprès des médias : la maîtrise de la langue française semble plus problématique chez les jeunes journalistes et communicateurs. La question inquiète d'autant plus que, avec le départ à la retraite du personnel plus expérimenté, la transmission du savoir et des compétences linguistiques en milieu de travail deviendra plus ardue.

La formation universitaire est notamment en cause. Un examen des vingt-trois diplômes de premier cycle offerts par les universités francophones du Québec à l'intention de futurs journalistes, rédacteurs, chroniqueurs, etc. démontre que, dans la très grande majorité des cas, on n'exige aucune compétence linguistique particulière pour être admis dans ces programmes.

sinon celle qui s'applique à l'ensemble des programmes universitaires. De plus, on constate que si la plupart des programmes incluent des cours (parfois obligatoires, parfois optionnels) destinés à améliorer la maîtrise du français écrit, bien peu s'attardent à la communication orale.

En ce qui concerne les études collégiales, le Cégep de Jonquière est le responsable exclusif de l'enseignement des communications médiatiques. Son programme « Art et technologie des médias » (Techniques de communication dans les médias et Techniques de production télévisuelle et de postproduction) vient d'être entièrement refondu et l'occasion semble bonne d'y accentuer la composante linguistique écrite et orale.

La maîtrise de la langue française, en effet, devrait être indispensable aux futurs journalistes et communicateurs. La plupart des médias ont d'ailleurs un processus d'embauche où la qualité du français des candidats journalistes ou animateurs est vérifiée. En outre, un peu plus du tiers des médias sondés compte resserrer ses critères linguistiques de sélection à l'embauche, au cours de la prochaine année.

À titre d'employeurs, les médias devraient faire des pressions auprès des universités et des cégeps qui dispensent des cours en journalisme et en communication pour que ces institutions améliorent sensiblement les compétences linguistiques de leurs futurs diplômés par l'entremise d'une formation adéquate.

Mesures proposées :

La Table de concertation s'adressera, dans un premier temps, aux recteurs des universités francophones du Québec ainsi qu'à la direction du Cégep de Jonquière pour les sensibiliser à la nécessité d'offrir une solide formation linguistique, tant à l'oral qu'à l'écrit, aux futurs journalistes et communicateurs francophones.

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de sensibiliser son collègue du ministère de l'Éducation à la nécessité que les collèges et universités du Québec incluent, dans la politique linguistique dont ils doivent se doter d'ici le 1er octobre 2004 en vertu de l'article 88.1 de la Charte de la langue française, une intention ferme d'accentuer la formation en français écrit et en communication orale des futurs journalistes et communicateurs.

4. Le perfectionnement en milieu de travail

En milieu de travail, les journalistes expriment de nombreux besoins en formation mais ceux-ci portent rarement sur l'amélioration de la maîtrise de la langue française. Face à une demande faible, la Fédération professionnelle des journalistes ne propose donc qu'exceptionnellement des cours de français. Quant aux employeurs, aux prises avec des

restrictions budgétaires et des impératifs de rentabilité, ils demeurent peu enclins à assumer les coûts engendrés par des cours de français.

Mais, même lorsque de tels cours sont offerts, ils peuvent poser problème. En effet, la formation, généralement conçue pour des groupes, n'est pas toujours adaptée aux besoins individuels qui varient selon les lacunes de chacun, selon les types de journalisme pratiqué (sportif, économique, etc.) et selon les médias. De plus, la question de la qualité de la langue est une question sensible et on comprendra que peu de professionnels tiennent à avouer des faiblesses en français au vu et au su de leurs pairs.

Tous les professionnels de la communication – journalistes, pigistes, animateurs et gestionnaires chargés d'encadrer le travail du personnel affecté à l'information et à l'animation – devraient néanmoins pouvoir accéder à du perfectionnement linguistique. Cette formation devrait, dans la mesure du possible, être adaptée, individuelle, anonyme et accessible par voie électronique.

Dans le cas particulier des médias communautaires, la formation qui y est assurée est peu axée sur les compétences linguistiques. Ces médias sont, par ailleurs, financés par un programme du ministère de la Culture et des Communications, dont l'un des objectifs est précisément de contribuer à la promotion de la langue française. Il serait donc envisageable qu'on leur facilite la mise sur pied de formations destinées à améliorer la qualité de la langue parlée ou écrite de leur personnel. La question est d'autant plus pertinente que les médias communautaires sont souvent une pépinière de jeunes talents, susceptibles de devenir plus tard des professionnels à l'emploi des médias publics et privés.

Mesures proposées :

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de mandater son ministère et le Secrétariat à la politique linguistique pour qu'ils développent, en collaboration avec les milieux universitaires et l'Office québécois de la langue française, un outil électronique de perfectionnement du français qui soit adapté aux besoins des professionnels de la communication.

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications d'inscrire, pour l'exercice 2004-2005, le perfectionnement linguistique parmi les priorités des programmes de son ministère qui s'adressent aux médias et, notamment, aux médias communautaires.

5. Les outils de travail

Il existe une multitude d'outils, québécois ou non, destinés à faciliter la rédaction ou la correction de textes en français et, donc, utiles aux artisans des médias. La plupart de ces dictionnaires, grammaires, lexiques, etc. existent désormais aussi en format électronique. C'est d'ailleurs sous forme de logiciel ou en ligne que les outils linguistiques sont considérés

comme étant les plus prometteurs parce qu'ils permettent une aide rapide, adaptée et interactive. La version traditionnelle, sur papier, demeure néanmoins très appréciée.

De grands médias comme *La Presse*, Radio-Canada ou Télé-Québec disposent de guides préparés à l'usage exclusif de leurs employés et offerts dans leur réseau intranet. Dans les médias de plus petite taille, des ouvrages de base sont généralement mis à la disposition des salles de rédaction et les journalistes utilisent le correcteur intégré à leur traitement de texte, utile mais limité en termes de possibilités. Certains médias se sont dotés de logiciels de correction plus rapides et performants (Pro Lexis, Harris, etc.), mais ces logiciels restent coûteux et, parce qu'ils sont conçus à l'étranger, ils posent souvent des problèmes de compatibilité avec les logiciels de traitement de texte ou de mise en page utilisés au Québec. Quant aux pigistes, ils sont généralement tenus de fournir leurs propres outils de travail.

L'Office québécois de la langue française (OQLF) propose quelques outils dans son site Internet, dont le populaire *Grand dictionnaire terminologique* qui est consulté par environ 200 000 internautes différents chaque mois. Le sondage auprès des médias démontre que 65 % d'entre eux connaissaient l'existence du *Grand dictionnaire*; ils étaient, par contre, beaucoup moins familiers avec les autres outils et services terminologiques et linguistiques de l'Office – *Banque de dépannage linguistique*, Téléphone linguistique, @ssisterme ou consultations tarifées.

L'OQLF a déjà offert des services de dépannage linguistique spécifiquement dédiés aux médias québécois; ils ont toutefois été progressivement abolis en raison de contraintes budgétaires.

Mesures proposées :

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de s'assurer que l'Office québécois de la langue française fasse du soutien aux médias l'une de ses priorités afin qu'il sensibilise les médias à l'utilité de ses services et leur offre un accès privilégié à des services gratuits d'assistance terminologique et linguistique, adaptés à leurs besoins.

Les membres de la Table de concertation pourraient inciter les différents médias publics et privés qui disposent de fiches ou de guides linguistiques à les rendre disponibles aux autres médias.

restrictions budgétaires et des impératifs de rentabilité, ils demeurent peu enclins à assumer les coûts engendrés par des cours de français.

Mais, même lorsque de tels cours sont offerts, ils peuvent poser problème. En effet, la formation, généralement conçue pour des groupes, n'est pas toujours adaptée aux besoins individuels qui varient selon les lacunes de chacun, selon les types de journalisme pratiqué (sportif, économique, etc.) et selon les médias. De plus, la question de la qualité de la langue est une question sensible et on comprendra que peu de professionnels tiennent à avouer des faiblesses en français au vu et au su de leurs pairs.

Tous les professionnels de la communication – journalistes, pigistes, animateurs et gestionnaires chargés d'encadrer le travail du personnel affecté à l'information et à l'animation – devraient néanmoins pouvoir accéder à du perfectionnement linguistique. Cette formation devrait, dans la mesure du possible, être adaptée, individuelle, anonyme et accessible par voie électronique.

Dans le cas particulier des médias communautaires, la formation qui y est assurée est peu axée sur les compétences linguistiques. Ces médias sont, par ailleurs, financés par un programme du ministère de la Culture et des Communications, dont l'un des objectifs est précisément de contribuer à la promotion de la langue française. Il serait donc envisageable qu'on leur facilite la mise sur pied de formations destinées à améliorer la qualité de la langue parlée ou écrite de leur personnel. La question est d'autant plus pertinente que les médias communautaires sont souvent une pépinière de jeunes talents, susceptibles de devenir plus tard des professionnels à l'emploi des médias publics et privés.

Mesures proposées :

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de mandater son ministère et le Secrétariat à la politique linguistique pour qu'ils développent, en collaboration avec les milieux universitaires et l'Office québécois de la langue française, un outil électronique de perfectionnement du français qui soit adapté aux besoins des professionnels de la communication.

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications d'inscrire, pour l'exercice 2004-2005, le perfectionnement linguistique parmi les priorités des programmes de son ministère qui s'adressent aux médias et, notamment, aux médias communautaires.

5. Les outils de travail

Il existe une multitude d'outils, québécois ou non, destinés à faciliter la rédaction ou la correction de textes en français et, donc, utiles aux artisans des médias. La plupart de ces dictionnaires, grammaires, lexiques, etc. existent désormais aussi en format électronique. C'est d'ailleurs sous forme de logiciel ou en ligne que les outils linguistiques sont considérés

comme étant les plus prometteurs parce qu'ils permettent une aide rapide, adaptée et interactive. La version traditionnelle, sur papier, demeure néanmoins très appréciée.

De grands médias comme *La Presse*, Radio-Canada ou Télé-Québec disposent de guides préparés à l'usage exclusif de leurs employés et offerts dans leur réseau intranet. Dans les médias de plus petite taille, des ouvrages de base sont généralement mis à la disposition des salles de rédaction et les journalistes utilisent le correcteur intégré à leur traitement de texte, utile mais limité en termes de possibilités. Certains médias se sont dotés de logiciels de correction plus rapides et performants (Pro Lexis, Harris, etc.), mais ces logiciels restent coûteux et, parce qu'ils sont conçus à l'étranger, ils posent souvent des problèmes de compatibilité avec les logiciels de traitement de texte ou de mise en page utilisés au Québec. Quant aux pigistes, ils sont généralement tenus de fournir leurs propres outils de travail.

L'Office québécois de la langue française (OQLF) propose quelques outils dans son site Internet, dont le populaire *Grand dictionnaire terminologique* qui est consulté par environ 200 000 internautes différents chaque mois. Le sondage auprès des médias démontre que 65 % d'entre eux connaissaient l'existence du *Grand dictionnaire*; ils étaient, par contre, beaucoup moins familiers avec les autres outils et services terminologiques et linguistiques de l'Office – *Banque de dépannage linguistique*, Téléphone linguistique, @ssisterme ou consultations tarifées.

L'OQLF a déjà offert des services de dépannage linguistique spécifiquement dédiés aux médias québécois; ils ont toutefois été progressivement abolis en raison de contraintes budgétaires.

Mesures proposées :

La Table de concertation demande à la ministre de la Culture et des Communications de s'assurer que l'Office québécois de la langue française fasse du soutien aux médias l'une de ses priorités afin qu'il sensibilise les médias à l'utilité de ses services et leur offre un accès privilégié à des services gratuits d'assistance terminologique et linguistique, adaptés à leurs besoins.

Les membres de la Table de concertation pourraient inciter les différents médias publics et privés qui disposent de fiches ou de guides linguistiques à les rendre disponibles aux autres médias.

6. Rappel des neuf mesures proposées

Les membres de la Table de concertation s'engagent à :

1. inciter les associations et les syndicats qui organisent congrès, conférences, colloques et ateliers pour leurs membres à inviter l'Office québécois de la langue française, par exemple, pour que celui-ci aborde le thème de la qualité de la langue française parlée et écrite au Québec et fasse valoir ses services;

2. sensibiliser certains regroupements professionnels connexes aux médias, comme l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et l'Union des artistes, à l'importance d'utiliser une langue de qualité;

3. transmettre le présent rapport aux principaux gestionnaires des médias francophones du Québec ainsi qu'aux directions des centrales syndicales qui regroupent les artisans des médias (incluant l'Union des artistes) et à l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec;

4. sensibiliser, dans un premier temps, les recteurs des universités francophones du Québec ainsi que la direction du Cégep de Jonquière à la nécessité d'offrir une solide formation linguistique, aux futurs journalistes et communicateurs francophones;

5. inciter les différents médias publics et privés qui disposent de fiches ou de guides linguistiques à les rendre disponibles aux autres médias.

Les membres de la Table de concertation demandent à la ministre de la Culture et des Communications de :

6. sensibiliser son collègue du ministère de l'Éducation à la nécessité que les collèges et universités du Québec incluent, dans la politique linguistique dont ils doivent se doter d'ici le 1er octobre 2004 en vertu de l'article 88.1 de la Charte de la langue française, une intention ferme d'accentuer la formation en français écrit et en communication orale des futurs journalistes et communicateurs;

7. mandater le ministère de la Culture et des Communications et le Secrétariat à la politique linguistique pour qu'ils développent, en collaboration avec les milieux universitaires et l'Office québécois de la langue française, un outil électronique de perfectionnement du français qui soit adapté aux besoins des professionnels de la communication;

8. inscrire, pour l'exercice 2004-2005, le perfectionnement linguistique parmi les priorités des programmes de son ministère qui s'adressent aux médias et, notamment, aux médias communautaires;

9. s'assurer que l'Office québécois de la langue française fasse du soutien aux médias l'une de ses priorités afin qu'il sensibilise les médias à l'utilité de ses services et leur offre un accès privilégié à des services gratuits d'assistance terminologique et linguistique, adaptés à leurs besoins.

Bibliographie

Archambault, Ariane et Myriam Magnan. *La qualité de la langue dans les domaines de l'enseignement, de l'administration, des médias et de la publicité. Inventaire des préoccupations*, Conseil de la langue française, 1982, Chapitre 1 (médias électroniques, presse écrite, publicité), pp. 4-32.

Beauchamp, Sylvie et Pierre Bouchard. *Le français et les médias*. Éditeur officiel du Québec, Collection Dossiers du Conseil de la langue française études et recherches, no 11, 1982, 218 pages.

Bédard, Edith et Claude Rochette. *La langue des animateurs de la radio et de la télévision francophones au Québec*, Conseil de la langue française, 1985, 115 pages.

Bouchard, Pierre et Jacques Maurais. « Norme et médias. Les opinions de la population québécoise», *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 111-128.

Cajolet-Laganière, Hélène, Marie-France Langlois et Pierre Martel. « Les textes journalistiques québécois sont-ils «envahis» par les emprunts critiqués à l'anglais? », *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 47-72.

Cajolet-Laganière, Hélène et Pierre Martel. « La qualité de la langue des médias, de la publicité et de l'affichage », *La qualité de la langue au Québec*, Institut québécois de recherche sur la culture, collection Diagnostic, 1995, pp. 87-100.

Centre d'études sur les médias. *Qualité de la langue française dans les médias : enquête sur les mesures existantes et les priorités d'action. Rapport final*, Québec, juin 2003, 46 pages.

Clerc, Isabelle, Éric Kavanagh, François Lépine et Renée-Lise Roy. *Analyse linguistique de textes tirés de quatre quotidiens québécois (1992-1999)*, Étude préparée pour le Conseil de la langue française, Université Laval, 2001, 85 pages.

Comité linguistique de la Société Radio-Canada. *Faut-il intervenir dans la langue des médias?* Actes du colloque tenu à l'occasion du 25e anniversaire des publications du Comité linguistique de la Société Radio-Canada, Conseil de la langue française, 25 avril 1985, 60 pages.

Conseil de la langue française. *Maîtriser la langue pour assurer son avenir. Avis à la ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française*, Gouvernement du Québec, 1998, (section sur les médias), pp. 27-33.

De Villers, Marie-Éva. « Analyse linguistique d'un titre de presse : illustration d'une norme », *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 21-46.

Dor, Georges. *Les qui qui et les que que ou, Le français torturé à la télé : un troisième et dernier essai sur le langage parlé des Québécois*, Outremont, Lanctôt, 1998.

Dubuc, Robert. « La norme linguistique à Radio-Canada », *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 127-131.

Fédération professionnelle des journalistes du Québec. *Le 30. Spécial langue des médias. Tourner sa langue 7 fois*, vol. 25, no 10, novembre 2001, 32 pages.

Groupe de travail sur la qualité de la langue. *Un français de qualité : une priorité pour Radio-Canada*, Société Radio-Canada, 2003, 79 pages.

Hellot, Marie-Christiane et Lise Malo. « Formation en journalisme, norme linguistique et médias, interrogations et perspectives», *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 95-109.

Léger, Jean-Marc. « Des anglicismes à l'anglicisation : la langue, victime "collatérale" de l'Actualité », *L'Action nationale*, 93, n0 7, septembre 2003, pp. 158-162.

Maurais, Jacques. « Le domaine des communications », *La qualité de la langue : un projet de société*, Conseil de la langue française, janvier 1999, pp. 186-202.

Melillo, Catherine. *La langue de la publicité*, Journée thématique sur la qualité de la langue, Université de Sherbrooke, États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec, 19 janvier 2001, sans pagination.

Raunet, Daniel. « La norme dans les médias », *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp.73-94.

Raunet, Daniel. *Les médias : bilan et perspectives*, Journée thématique sur la qualité de la langue, Université de Sherbrooke, États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec, 19 janvier 2001, 26 pages.

Sauvageau, Florian. « Langue et médias électroniques », *Le français au Québec 400 d'histoire et de vie*, Fides, Les Publications du Québec, 2000, pp. 400-402.

Stréliski, Jean-Jacques. *L'état de la langue et de la pensée dans l'industrie de la publicité québécoise, Point de vue*, Écoles des Hautes études commerciales, 23 février 2001, sans pagination.

Tremblay, Louise. « La qualité de la langue et les médias écrits », *Terminogramme*, no 97-98, Printemps 2001, pp. 13-20.

Weilbrenner, Richard. « Les malheurs de Françoyse », *L'Action nationale*, 90, no 4, avril 2000, pp. 49-62.

Weilbrenner, Richard. « Le français, langue étrangère », *L'Action nationale*, 89, no 9, novembre 1999, pp. 39-56.

Weilbrenner, Richard. « L'évolution dégénérescente de notre langue », *L'Action nationale*, 89, no 2, février 1999, pp. 79-98.